

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	
<b>PERNYATAAN</b> .....	i
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	iv
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>MOTTO</b> .....	vii
<b>PRAKATA</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvi
<b>ABSTRACT</b> .....	
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang</b> .....	1
<b>1.2 Identifikasi Masalah</b> .....	11
<b>1.3 Perumusan Masalah</b> .....	11
<b>1.4 Tujuan Penelitian</b> .....	12
<b>1.5 Manfaat Penelitian</b> .....	12
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	13
<b>2.1 Kajian Pustaka</b> .....	13
2.1.1 Pemasaran Politik .....	16
2.1.2 Kinerja Bauran Pemasaran Politik.....	21
<b>2.2 Manajemen Bauran Pemasaran Politik</b> .....	28
<b>2.3 Media Sosial</b> .....	31
2.3.1 Konsep Media Sosial .....	31
2.3.2 Pengertian Media Sosial .....	33
2.3.3 Macam-macam Media Sosial .....	37
2.3.4 Indikator Media Sosial.....	39

2.3.5	Media Sosial dalam Tinjauan Komunikasi Politik .....	40
3.3.6	Peran Media Sosial dalam Politik.....	44
<b>2.4</b>	<b>Keputusan Masyarakat Memilih .....</b>	<b>45</b>
2.4.1	Proses Pengambilan Keputusan.....	49
<b>2.5</b>	<b>Pemilihan Kepala Daerah .....</b>	<b>50</b>
2.5.1	Konsepsi Pemilihan Kepala Daerah .....	50
<b>2.6</b>	<b>Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>52</b>
<b>2.7</b>	<b>Kerangka Berpikir .....</b>	<b>58</b>
<b>2.8</b>	<b>Hipotesis Penelitian .....</b>	<b>61</b>
<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>62</b>
<b>3.1</b>	<b>Jenis Penelitian .....</b>	<b>62</b>
<b>3.2</b>	<b>Desain Metode Penelitian <i>Moxed Method Research</i> .....</b>	<b>64</b>
<b>3.3</b>	<b>Waktu dan Lokasi Penelitian .....</b>	<b>66</b>
<b>3.4</b>	<b>Operasional Penelitian .....</b>	<b>66</b>
<b>3.5</b>	<b>Sampel Penelitian .....</b>	<b>71</b>
<b>3.6</b>	<b>Sumber dan Jenis Data .....</b>	<b>73</b>
3.6.1	Sumber Data .....	73
3.6.2	Jenis dan Teknik Pengumpulan Data.....	74
3.6.3	Uji Validasi.....	76
3.6.4	Uji Reliabilitas .....	79
<b>3.7</b>	<b>Rancangan Analisis .....</b>	<b>81</b>
<b>3.8</b>	<b>Metode Analisa Data .....</b>	<b>92</b>
<b>3.9</b>	<b>Metode Keabsahan Data .....</b>	<b>93</b>
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>94</b>
<b>4.1</b>	<b>Hasil Uji Kualitatif .....</b>	<b>94</b>
4.1.1	Pengumpulan Data.....	94
4.1.2	Karakteristik Responden.....	94
4.1.3	Diskripsi Jawaban Responden .....	97
4.1.4	Analisis Deskriptif variabel Kinerja Bauran Pemasaran .....	102
4.1.5	Analisis Deskriptif Variabel Media Sosial .....	111
4.1.6	Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Masyarakat .....	116

<b>4.2 Hasil Uji Kualitatif .....</b>	<b>120</b>
4.2.1 Analisis Model Pengukuran.....	120
4.2.2 Analisis Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	121
<b>4.3 Pembahasan .....</b>	<b>145</b>
4.3.1 Pengaruh Kinerja Bauran Pemasaran dan Keputusan Masyarakat Memilih.....	145
4.3.2 Pengaruh Penggunaan Media Sosial dan Keputusan Masyarakat Memilih.....	151
4.3.3 Pengaruh Kinerja Bauran Pemasaran dan Penggunaan Media Sosial Terhadap Keputusan Masyarakat Memilih.....	155
<b>BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN .....</b>	<b>157</b>
<b>5.1 Simpulan.....</b>	<b>157</b>
<b>5.2 Implikasi .....</b>	<b>158</b>
<b>5.3 Saran .....</b>	<b>158</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>I—V</b>
<b>LAMPIRAN</b>	